

4. EL NIÑO Y LA TELEVISION: UNA RELACION DE DOBLE APROPIACION (EL CASO DE *LOS SUPERAMIGOS*)

Sarah Corona

Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco

La relación televisión-niños ha sido el objeto de estudio de la comunicación desde varias perspectivas. Sin embargo, los resultados de las investigaciones generalmente giran en torno a un eje común: los efectos de la televisión sobre los receptores infantiles.

El estudio de la comunicación en su situación actual de búsqueda de definición ha hecho avances considerables que amplían algunas nociones anteriores. Se desarrolla esta disciplina incorporando los hallazgos de otras ciencias como de la lingüística el estudio de la enunciación, de la sociología con Bourdieu en cuanto a consumo cultural, del psicoanálisis el aspecto emotivo de la comunicación. En este marco, nosotros optamos por ver la apropiación del fenómeno televisivo, lo que nos permite acercarnos a la relación entre el receptor y la televisión, reconociendo la actividad del primero, así como la especificidad del medio. De esta forma hemos llegado a proponer la relación de la televisión con el niño como de una "doble apropiación".

La TV toma en cuenta la competencia del niño apropiándose de sus sentimientos, capacidades y gustos para elaborar un producto cultural. Los niños a su vez hacen suyo el programa de acuerdo con su competencia. El acto de apropiación depende entonces de dos momentos: el que ejecuta la televisión y que consiste en manejar un producto legible para un público lo más amplio posible y el que ejecuta el niño, que es indisoluble de sus condiciones de existencia.

El partir de la apropiación nos ha permitido tomar en cuenta las condiciones de existencia del niño, léase clase social, sexo y edad, lo cual nos pone en un lugar favorecido frente a algunos estudios funcionalistas y críticos que conocen poco a sus receptores e infieren más sus resultados de los contenidos manifiestos de la TV y de las respuestas de los receptores que de la situación real de quienes la ven. Debemos aclarar que con el concepto de apropiación hemos podido entender las regularidades posibles por clase social sin abordar los casos individuales ni las respuestas

sorpresivas que sugiere la televisión. Por otro lado, este recorte trata de entender las prácticas desde las estructuras sociales. Nos permite acercarnos a las apropiaciones según las clases sociales y nos favorece el estudio psicológico del fenómeno. El aspecto afectivo, elemento importante en el consumo cultural, se descuida al hacer resaltar lo económico. Sin embargo, al incluir el sexo y la edad como elementos presentes en las condiciones de existencia del niño, hemos tratado de integrar las condiciones transclasistas y determinantes de la apropiación televisiva.

El partir de la apropiación nos ha enriquecido en un aspecto más. Hemos abordado las clases no sólo en términos económicos sino en su aspecto simbólico. De esta forma hemos comprendido la reproducción social refiriéndonos a las estructuras no conscientes de pensamiento, percepción y acción, que están siendo incorporadas por el niño en y por sus condiciones de existencia.

En síntesis, hemos observado el juego de los superamigos en niños de cinco años de dos clases sociales. Posteriormente aplicamos a los juegos el modelo actancial semántico por semas de A. J. Greimas. La metodología que seguimos nos permitió reflexionar sobre la televisión, su relación con los niños y los "universales infantiles". El observar los rasgos repetitivos del juego y compararlos con aquellos que ofrece la TV nos dio una visión de las características dominantes y de las diferencias por clase social y sexo.

Encontramos que la propuesta televisiva se transforma en el proceso de ludificación y que esta transformación tiende a diferenciarse según las condiciones de existencia de los niños. Ahora bien, las modificaciones del programa de superhéroes las pudimos observar en distintas propiedades, por ejemplo, el uso de la capa, de la tecnología, de la estructura del relato, etcétera. Hemos escogido presentar aquí el uso del nombre propio (NP), ya que niños y niñas de ambas clases coinciden en apropiarse, aunque de formas distintas, de los NP televisivos.

El NP de *Superman* encierra un relato completo del que el niño, según su contexto, va a quitar o a tomar elementos. La hipersemantividad del NP permite que el usuario se remita a su experiencia íntima. Para Barthes, el nombre propio se asemeja muy de cerca a la palabra poética.¹ El NP encierra una gama de posibles lecturas por su riqueza semántica. Contiene en sí una historia que se expande a las necesidades del usuario: *Superman* es la historia televisiva más la experiencia vivida del pequeño superhéroe.

Los niños de clase alta descubren en el NP la posibilidad de perseguir y dominar con alta tecnología bélica al enemigo. Los niños de clase baja también encuentran que *Superman* les permite perseguir y dominar, mas no al enemigo interplanetario (como los primeros), sino a su pe-

queño compañero que gustosamente accede a ser interlocutor en lucha cuerpo a cuerpo.

Ser *Superman* en la clase alta incluye distinguir entre buenos y malos: los niños son buenos por definición; los malos son puestos fuera del patio escolar en el amplio universo. Ser *Superman* implica diferenciarse, no puede haber más de uno como no puede haber más de un *Batman* o *Robin*. Los recursos son múltiples: “yo soy *Superman* I, yo *Superman* II, yo *Superman* III... Yo soy *Superman* 80 000”. O bien “yo soy *Superman* de Cancún. Yo soy *Superman* de Chihuahua, yo de Disneylandia...”

Ser *Superman* en la clase baja no denota el mismo juego, las reglas son distintas: “somos supermanes, somos los superamigos”. En sus luchas no es importante quién es bueno o malo, se toman turnos y no se define el valor categóricamente, como sucede en la lucha libre “lo inteligible es cada momento y no la continuidad”.²

El NP descubre dos preocupaciones distintas. Los pequeños de clase alta traslucen su mundo, lo importante es ser distinto, *number one* si fuera posible. Los niños de extracción obrera se complacen con participar en el espectáculo excesivo: luchar, vencer de forma abrumadora al contrincante. Lo que el NP nos permite conocer en el juego son las temáticas e intereses de los niños, así como el uso que hacen de los contenidos televisivos. Los niños varones reciben con gusto el NP de *Superman*, ya que les sugiere la persecución acompañada del vuelo o la fuerza física, significados que evoca el NP y que incluye la modalidad intrusiva de esta edad. El ataque, la conquista, la insistencia repetida del varón de cinco años están contenidos en el NP televisivo.

Ahora bien, si *Superman* interpela a los niños de ambas clases sociales, los niños de clase baja agregan una modalidad al NP de *Superman*. Existen otros NP que se utilizan frecuentemente en el juego en forma de apodo: se es “*El Buceadero*”, *El Can Negro*, *El Huracán*, etcétera, y no sencillamente *Buceadero*, *Can Negro* o *Huracán*. El apodo nos remite de nuevo a la lucha libre, que es en realidad el juego de los niños de clase baja. El apodo es la tradición popular, se llama a las personas por lo que saben hacer o por una característica sobresaliente. El NP puede no llegarse a conocer como sugiere el detective en la novela de Manuel Rojas: “no me importa cómo te llamas, sino cómo te dicen”. El hampa, los bandidos, los héroes populares tienen apodos que resaltan las particularidades de una forma aún más precisa que el NP. Para los niños de clase baja es más importante tener las cualidades de un huracán y apodarse por lo tanto “*El Huracán*”, que llamarse *Huracán* y aludir a ellas. Es más inteligible ser “como” un huracán por comparación, que ser, por sustitución, *Huracán*. La lucha libre, dice Barthes, es un espectáculo de claridad total, exige una lectura inmediata, no hay espacio para implícitos ambiguos.

Los niños se apropian de la televisión cuando ésta les habla al oído de sus intereses más profundos. Batichica, la Mujer Maravilla y la Mujer Araña no ofrecen escenarios para los sentimientos femeninos. El volar, trepar, derrotar, de las superamigas televisivas son características fálicas que no encuentran respuesta en las niñas que se regocijan en la maternidad. El nombre (propio) de mamá produce un estímulo más atrayente para el juego de las pequeñas. No es sólo la clase social, sino el sexo también que interviene en la lectura del NP. El relato televisivo de la superheroína y las connotaciones tecnológicas y bélicas no cuajan en las mujeres. Ser en el juego la Batichica o la Mujer Maravilla es para ellas ser mamá. A la exclamación "yo soy Batichica" corresponde "y ustedes mis hijas". La historia que desencadena el nombre común "mamá", adquiere en el juego las características de NP. Ser la mamá remite de una forma más poderosa a la omnipotencia y a la autoridad que el NP televisivo. Ser mamá autoriza a dirigir el juego, dar órdenes, coordinar las actividades, proteger a las hijas y ser obedecida por ellas. Estas características son válidas también frente a los niños: niño (bajo changuero): "no me hacen daño porque yo soy *Superman*. Esta Batichica está en las arenas movedizas". Niña contesta (bajo el mismo changuero): "ésta es mi caja, fijate". Niño (se retira derrotado): "Si no nos molestan, no las vamos a lastimar".

En esta etapa de su desarrollo para ambos; niños y niñas, Mamá se vive con mayúsculas, como nombre propio, como personaje principal. Ni Batichica, ni la Mujer Maravilla, ni siquiera *Superman* son superiores en el juego a Mamá. Mamá desencadena la historia familiar y contrario a la explicación tradicional freudiana, parece no prevalecer la autoridad masculina (ni los deseos, ni envidias que conlleva), sino más bien una autoridad femenina. La niña desaprovecha la oportunidad de ser Mujer Maravilla por la omnipotencia de ser Mamá y el niño se somete con naturalidad al poder femenino.

Una observación final sobre el uso del NP. Los niños y las niñas que juegan tienen también su NP y lo usan de forma distinta según la clase social a la que pertenecen. En la clase alta los participantes se llaman: Rodrigo, Manolo, Ma. Fernanda, Ceci, Paola, etcétera, todos tienen su NP; en un juego se llegó a mencionar hasta el de un médico: "mi doctor se llama doctor Lozano". En la clase baja se interpelan poco por su NP y más frecuentemente aluden a la relación con su interlocutor: "hijo", "hermano", "amigo".

Llamarse por un nombre propio o por una relación comporta diferencias; en el primer caso, el nombre identifica, distingue, separa. El no tener NP, indefinido, convierte en masa. En su juego los niños tienen necesidades distintas, los que se preparan para un mundo de oficios diferenciados, de puestos únicos, de servicios personalizados, necesitan de NP, y

aquéllos que se dirigen a la fábrica y que usarán los servicios públicos, encuentran en la colectividad su fuerza. Ser grupo, bola, pandilla o sindicato, es resistir; en la individualidad gana el patrón.

Ser amigos o hermanos es compartir, cumplir con una tarea común: “somos los amigos, manos a la obra”; “vamos hermanos, vamos a bajar”; “dejen subir a mi amigo”; “muchachas a la casita. Acá manita, súbete acá”; “ella sí puede porque es mi amiga”.

Pero tener relaciones parentales puede connotar desprecio y agresión: “vamos a lavar”; “aquí, mensa”. “Este es mi lavadero, niña”; “pinche puto hijo de tu madre, por qué me quitaste la capa”; “te maté hijo”; ser padre es tener poder y fuerza. “Yo soy tu padre —dice Octavio Paz— no tiene ningún sabor paternal, ni se dice para proteger, resguardar o conducir, sino para imponer una superioridad, esto es, para humillar”.³

El analizar las distintas apropiaciones infantiles del fenómeno televisivo nos ha conducido a una nueva pregunta: ¿qué lugar ocupa la TV en el imaginario infantil? El que los distintos niños diferencien su consumo televisivo en algunos aspectos y lo homogeneícen en otros nos lleva a reflexionar sobre la función de la TV en la vida infantil. Enseguida mencionamos algunas meditaciones acerca del tema que pensamos ameritaría un estudio particular que ampliara quizá las observaciones a otros contenidos televisivos.

1) En el caso que hemos analizado, las historias de superhéroes, encontramos que son narraciones de prodigios incuestionables que transcurren dentro de una trama de extrema sencillez. No requiere de explicación ni demostración. Casi diríamos, son el antónimo del sistema escolar impregnado de explicaciones coherentes, lógicas y comprobables. *Superman* es verosímil aunque no verdadero. Existen todos los detalles para explicarnos cómo logra sus proezas, pero nadie trata de convencernos de su veracidad. De esta forma en *Superman* podemos disponer de lo que vemos y oímos tal y como lo entendemos, a diferencia por ejemplo de los libros de texto, la información periodística y los mismos programas educativos que también transmite la televisión. El modo de empleo de estos últimos pareciera más definitivo y en ese sentido más autoritario. Estos programas esperan de forma más clara una respuesta fija. Las múltiples apropiaciones que hemos podido ver a través del juego confirman nuestras declaraciones: mientras los pequeños de clase alta entienden a *Superman* como héroe invencible, poseedor de alta tecnología bélica, incansable perseguidor, los varones de clase baja lo entienden como hombre fuerte y luchador invicto. Las niñas de ambas clases han entendido que *Superman* cae ante la “debilidad femenina” y que un grito de auxilio desde los columpios conseguirá un fiel mecedor masculino.

Pareciera que los que Schramm llama programas de contenido fan-

tasioso y que no casualmente son los de más popularidad entre los niños, tienen como rasgo, precisamente por sus contenidos no realistas, el permitir múltiples lecturas y apropiaciones. De esta manera, las preferencias infantiles por estos programas no parecen responder, como pretende la teoría norteamericana, a un pensamiento preponderantemente fantasioso del niño, sino entre otros a los usos que de éstos se pueden hacer.

2) La apropiación no se suspende en el hecho de observar la pequeña pantalla sino que se repite, se disfruta de nuevo en compañía, se reproduce en el parque o en el patio escolar. En este sentido extendemos el concepto apropiación más allá del consumo inmediato, terminado y lo tomamos como una capacidad productora, continuadora. Los superhéroes llegan al patio escolar transformados, facilitando el juego grupal. A los cinco años, con su pensamiento preferentemente egocéntrico, sólo llegan a coincidir en un punto de vista y la experiencia televisiva puede generar un común denominador para llevar a cabo una actividad en grupo.

3) La televisión no cuenta hechos peculiares, sino aquellos en los que todos los niños se parecen y se encuentran. Así les ofrece ese punto en común para su juego, a la vez que les proporciona un placer individual. En los superhéroes está el eje unificador de aquello que es precisamente individualizador; interpela a todos los niños sin borrar a cada uno de ellos. Esta característica de la televisión la ha hecho sumamente sospechosa. Ya Dorfman y Mattelart temían por el futuro individualista del niño que hoy disfruta con contenidos como éstos. Si el héroe no puede ser comunitario, se preguntarían ¿qué sucederá con ese futuro idílico en donde todos seremos iguales? Nosotros más bien nos preguntamos ¿que no habrá una parte del héroe solitario y triunfador en los sueños de todos los hombres? ¿No habrá un sueño femenino común a todas las mujeres en donde deben ser explosivamente engendradoras, activas en lo doméstico, conciliadoras?

Contrario a lo que algunos consideran opresión de la mujer en los contenidos de los medios de comunicación, por no tener las mismas oportunidades que los hombres en el espacio social, encontramos la versión de Savater que nos satisface más frente al fenómeno que estudiamos:

La sexualidad femenina es mucho más autónoma que la masculina, precisamente porque se trata de un *ser* y no de un *hacer*, como sucede con esta última; padece carencia en mucho menor medida que la masculina, se reconcilia y se centra en sí misma de modo más espontáneo, mientras el hacer sexual masculino pena constantemente a la búsqueda del objeto perdido, es decir, vive intensamente en castración que a la mujer no le afecta más que de modo proyectivo y vicario. La obra de la Madre no se distingue de su propio cuerpo, es carne de su carne: no hay proyecto sino gestación, no

hay enfrentamiento sujeto/objeto, ni por tanto angustia ante la distancia siempre bostezante entre lo ideal perseguido y lo real obtenido.⁴

Las niñas de nuestras observaciones, que aún no conocen el valor del dinero ni el reconocimiento social, parecen aceptar gustosamente la maternidad, las superheroinas de la TV parecen ofrecerles poco comparado con Mamá. Más aún, las superheroinas en su extremo son misóginas, destruyen lo femenino, cálido, unificador y se vuelven frías, pensantes, fuertes e individualistas; van en busca, como los hombres, de las obras en las que alcanzarán su éxito, en lugar de encontrarlo en sí mismas, como Mamá. Los atributos, situaciones y acciones propias a las mujeres y a las niñas son minimizadas en relación a las de los hombres. En estos programas el modelo es el hombre y la superheroína es una copia en pequeño.

4) Sin embargo, los superhéroes encuentran sus almas gemelas en los varones de cinco años. Como respuesta al crecimiento del niño y a los conflictos que acarrea su proceso de individualización, aparece lo que Freud llamó la novela familiar del neurótico y que Otto Rank ha retomado para analizar las historias de héroes en distintas épocas y civilizaciones. Los niños tienen una preferencia especial por los programas de este tipo, lo cual nos lleva a pensar en los héroes míticos y su lugar en el inconsciente infantil.

De nuevo, contra las versiones que ven en los contenidos televisivos actitudes burguesas, está el reconocer en el hombre un goce especial por las historias que cuentan cómo salir con astucia y arrogancia a enfrentarse a la autoridad, a vencerla o a soportarla. Con más énfasis vemos este gusto a los cinco años, que después de todo, como bromea Bourdieu⁷ “todos los niños comienzan su vida como burgueses, en una relación de poder mágico sobre los otros y, para ellos mismos, sobre el mundo”. El héroe de la TV, como ellos mismos, busca su independencia, valerse por sí mismo, autodefinirse. A los cinco años los niños de ambas clases sociales están instalados, aunque cada uno a su manera y de acuerdo con sus condiciones de existencia, en el viaje que los llevará del egocentrismo temprano a una realidad más objetiva.

5) La cotización de lo afectivo está devaluada, quedan pocos espacios y tiempo dedicados a ellos. ¿Podría ser que la televisión ocupa este lugar? El mirar la TV se refiere generalmente como el tiempo del aburrimiento: “no hago nada, sólo veo la tele”. Mirar el televisor es dejar pasar el tiempo, ni dirigir más los propios actos hacia fines productivos. Los superhéroes hablan de los sentimientos irracionales, de la omnipotencia, de los deseos y de las pulsiones. Hablan de los sueños como los citados por Savater:

Veo la diferencia en mi propia vida de vigilia y sueño. Consagro mis vigi-
lias a la literatura imaginativa, una literatura como interés principal en los
valores. Pero mis sueños, como el melodrama, están muy poco interesados
por los valores. El supremo interés allí está al nivel del diente y la garra.
Ataque y fuga, cacería, emboscada, tretas. Y durante todo el tiempo, la con-
ciencia de la acción física; de masas materiales dispuestas como para un
duelo. Y, por supuesto, el constante sentido de oscuridad y misterio que
envuelve los sueños.⁸

6) El vértigo atrapa frente al televisor y en el juego infantil. No es
el mismo concepto de evasión que manejan algunos teóricos que nos re-
miten al escapismo, al artificio y a la pérdida de identidad. En el vértigo
nos perdemos dentro del héroe, del frenesí de las huidas, finalmente de
las victorias. En el vértigo los niños transforman sus relaciones reales con
el tiempo, la gravedad y el poder.

Savater encuentra como rasgo de la aventura un rompimiento con
el entorno familiar en el cual nos movemos cotidianamente, alcanzando
de esta forma a liberarnos de las conductas previstas y confiar únicamen-
te en nuestros propios recursos.

Para Dorfman y Jofré⁹ el recurrir a países exóticos, situaciones ex-
tranjeras y aventuras excepcionales no es más que una treta del sistema.
Al niño, según ellos, se le ocultan las relaciones cotidianas y por ende las
contradicciones reales. En otras palabras, me pregunto, ¿se pretendería
dedicar su tiempo de diversión a conocer la realidad (no diversa) que de
antemano saben y padecen? Continuando con la hipótesis del vértigo, el
exotismo en los programas de televisión, como el caso de los de su-
perhéroes, favorecen, al no encontrar referencia a nuestro ambiente
común, esa vuelta súbita de la consciencia. Todo puede suceder, la inten-
sidad y la sorpresa son más factibles de aparecer así, que en el marco de
nuestras vidas cotidianas.

Para terminar y si aún después de esas consideraciones nuestro con-
cepto de vértigo se pareciera demasiado al concepto de evasión, compar-
to con Savater:

¿A dónde evadirse? Porque si fuera realmente posible abandonar este
mundo por otro más conveniente, no alcanzo a ver razón alguna para
no hacerlo.¹⁰

Pero finalmente es imposible hacerlo y son nuestras condiciones de
existencia cotidiana las que determinan, no sólo nuestra relación con la
televisión, sino también nuestro paso por este planeta.

NOTAS

1. Roland Barthes. "Proust y los nombres", en *El grado cero de la escritura*. México: Siglo XXI Editores, 1983.
2. Roland Barthes. "El mundo del catch", en *Mitologías*. México: Siglo XXI Editores, 1980.
3. Octavio Paz. *El laberinto de la soledad*. México: Fondo de Cultura Económica, 1973.
4. Fernando Savater. *La tarea del héroe*. Madrid: Taurus Ediciones, S.A., 1981, p. 95.
5. Otto Rank. *El mito del nacimiento del héroe*. Buenos Aires: Editorial Paidós, 1961.
6. Pierre Bourdieu. *La Distinción. Critique sociale du jugement*. Paris: Les Editions de Minuit, 1979, p. 56.
7. Fernando Savater. *La infancia recuperada*. Barcelona: Taurus Ediciones, S.A., 1979, p. 22.
8. A. Dorfman y M. Jofré. *Superman y sus amigos del alma*. Buenos Aires: Editorial Galerna, 1974.
10. Fernando Savater. *La infancia recuperada...op. cit.*, p. 37.